SEÑOR PRESIDENTE.- Habiendo número, está abierta la sesión.

(Son las 16:18).

–La Comisión de Industria, Energía, Comercio, Turismo y Servicios del Senado tiene mucho gusto en recibir a una delegación del Conglomerado de Diseño. Nos visitan las señoras Rossana Demarco y Beatriz Argimón y los señores Javer Pastorino, Álvaro Heinzen y Diego Fraga.

Desde ya, tienen ustedes la palabra.

SEÑORA ARGIMÓN.- Muchas gracias, señor Presidente.

En esta oportunidad vengo en nombre del proyecto comunicacional DiseñArte, que tuvo su origen hace ya muchos años en la Cámara de Representantes y que ha venido siguiendo lo que ha sido la evolución del diseño nacional.

En todos estos años, a nivel nacional se ha ido percibiendo cómo el diseño se ha convertido en algo característico. Hace ya una década empezó a visualizarse un movimiento de opción por los más jóvenes, que iba a tener alguna repercusión en lo que tiene que ver con el mercado laboral. Luego, en algún momento el Parlamento decidió el pasaje de la escuela de diseño a la educación terciaria; fue así que en el período pasado la escuela pasó a formar parte de la Facultad de Arquitectura. Eso hizo que este movimiento, patrocinado muy especialmente por las nuevas generaciones y en los más diversos órdenes, como ser el diseño de muebles, audiovisuales, ropa, etcétera, tuviera la posibilidad de unirse en un Conglomerado.

Me parece importante comentar que la gente del Conglomerado acaba de terminar su tercer encuentro anual que, realmente –como ellos nos lo van a decir, puedo decirlo yo–, fue un auténtico éxito. La sala del auditorio de Antel estaba plagada de gente proveniente de todas partes, con presencia de expositores internacionales, y todos empezaban su alocución hablando del alto nivel que tiene el diseño uruguayo y que empieza a caracterizarnos. Creo que por la propia dinámica no se ha podido visualizar el grado de incidencia que tiene, por ejemplo, en algunas exportaciones que ya se están verificando. De hecho, muchos de nuestros diseñadores tienen más trabajo hacia afuera que acá.

Nos parecía importante destacar esto en un momento en el que, por suerte, los diseñadores se han congregado y tienen una fortaleza mucho mayor. Además, ya hemos pasado por el episodio de que se los reconozca desde el punto de vista educativo y no solo a nivel terciario. No sé si ustedes saben que en UTU el tema del diseño está siendo, realmente, un fenómeno muy importante y muchos profesionales de otras áreas buscan, especialmente en los horarios de la noche, poder tener un espacio para dedicarse a él.

Dado que ahora el diseño está siendo –vuelvo a decirlo– un fenómeno nacional, y que ya pasó a ser considerado a nivel educativo, nos parece que sería bueno empezar a visualizarlo como una auténtica industria nacional. Es por eso que hace unas semanas tuvimos una instancia de trabajo con el señor Senador Álvaro Delgado –a quien aprovecho la ocasión para agradecerle el hecho de que haya intervenido para que hoy pudiéramos hacer este planteo–, así como también una reunión con el Vicepresidente de la República, con la intención de resaltar lo importante que sería para el

Conglomerado y para los diseñadores en general, que esta industria empezara a visualizarse desde las políticas públicas.

Sería bueno manejar la posibilidad de que esta Comisión y la propia Presidencia del Senado auspiciaran una mesa de intercambio de opiniones con los Ministros cuyas carteras tienen que ver con las áreas relacionadas con el diseño, es decir, educación y cultura, industria, turismo y también la Cancillería porque, por ejemplo, sería muy importante que cuando nuestro país participara de eventos internacionales, de ferias y demás, tuviera un *stand* que mostrara también, entre otras cosas, el diseño uruguayo. Del mismo modo, pensamos en la presencia de nuestros diseñadores de muebles en las ferias internacionales. Realmente se sorprenderían de lo exitosos que hoy están siendo nuestros diseñadores de muebles, particularmente en el mercado brasileño y en Estados Unidos. Entonces, sería bueno que nuestros agentes diplomáticos entendieran que estamos hablando de una industria, y que a veces parte de los elementos de esa industria es comprarse un *software,* y no necesariamente máquinas. Todo esto implica un cambio de visualización de estos temas y nos parecía importante que ustedes lo supieran de primera mano.

Gracias, señor Presidente, y gracias a todos los miembros de la Comisión.

SEÑOR HEINZEN.- Buenas tardes.

Me gustaría hacer algunas precisiones.

El proceso que da origen a todo este movimiento tiene el nombre de Conglomerado de Diseño y forma parte de las iniciativas que tuvieron lugar en el programa PACC, pero hoy estamos aquí representando a la Cámara de Diseño del Uruguay.

Cuando se hizo el plan estratégico para el sector en torno al Conglomerado, se definió que era necesario generar un interlocutor para la sociedad civil que se relacionara con los distintos ámbitos del Gobierno, y de ahí surge la cámara. Hemos traído memorandos para los señores Senadores, donde consta el resumen de cómo fue el periplo de las acciones y el surgimiento de la Cámara.

En la actualidad, la Cámara tiene 160 empresas socias que nuclean a cerca de 500 profesionales en el entorno del sector. Se trata de una Cámara transversal a todo el sector, que apuntó a generar una concepción del diseño desde una visión global –eso fue parte de la estrategia que definimos desde el principio– y que involucra a todos los sectores, ya que tiene mesas por cada uno de ellos. Si hacemos un repaso, puede decirse que son empresas que están formadas mayoritariamente por gente joven, con un alto porcentaje de mujeres. Casi todas son pequeñas empresas que están bastante habituadas a exportar, sobre todo en lo que tiene que ver con los servicios.

Básicamente, el objetivo de esta reunión –como recién decía la señora Argimón– es generar otros ámbitos a los que se pueda acceder. Si bien esta realidad existe, no todos la conocen porque ha tenido un proceso muy rápido que, ciertamente, ha contado con el apoyo de la estrategia planteada desde el programa PACC y pasó por un período que nos permitió darle un importante empuje al sector, sobre todo por la posibilidad de contar con los fondos del programa para generar proyectos en los que pudieran verse los usos del diseño. Uno de los aspectos que más nos importa es sacar al diseño de esa concepción elitista o superflua que en general lo rodea. Entendemos al diseño como una actividad que tiene un impacto muy fuerte en las posibilidades de innovación de todos los sectores de la sociedad; a su vez, contribuye fuertemente a asentar la identidad y a generar condiciones para establecer pautas culturales. Además, nos da la posibilidad de desarrollar cierta soberanía tecnológica. En definitiva, tenemos muchas patas que, en general, no tienden a verse, pues lo que suele ser noticia en torno al diseño es lo más excepcional, por decirlo de alguna manera. En ese sentido, estamos pasando por un proceso –tal vez mis compañeros de la directiva lo podrán explicitar mejor– que empezó luego de terminado el programa PACC y con el cual estamos trabajando desde Dinapyme. Ahora bien; entendemos como algo muy importante –por eso nos pareció muy atractivo el planteo que realizó la señora Argimón– el hecho de generar nuevos ámbitos donde podamos conversar y discutir realmente sobre otras posibilidades de inserción del diseño a nivel local.

En Uruguay se ha dado un fenómeno muy interesante, pues a partir de esta experiencia nuestro país se ha transformado prácticamente en un modelo de política pública con respecto a la región. Es importante el concepto de pasar a entender el diseño como una industria y no como un proveedor de servicios hacia otras industrias –lo que tiene mucho que ver con lo que es nuestra escala–, porque podemos generar incorporación genuina de valor a la producción, pero también estamos generando ingresos genuinos a través de la venta de nuestros productos –aunque sean blandos– hacia el exterior. De hecho, a raíz de este proceso varios colegas están vendiendo licencias en Brasil para algunas fábricas importantes de muebles. Nosotros vemos como parte de todo el proceso la necesidad de que el diseño llegue más al Uruguay en muchos de esos puntos. Hay un porcentaje importante de trabajo que podría impactar fuertemente en lo que es la industria local, y que no sea solo objeto de promoción y éxito en las industrias de la región. Como les decía, hay muchos sectores que están involucrados. Esto prácticamente toca a todas las áreas de la producción y de la industria, sobre todo en lo que se ha dado en llamar industrias culturales.

Este proceso es muy frágil y ha sido sostenido muy fuertemente por el colectivo de profesionales. Cuando presentamos el PACC, eran un grupo de diez o quince empresas que andaban en la vuelta. Hoy ha crecido mucho; apoyamos a nuestros colegas en la profesionalización y en volverse mejores empresas. Obviamente, la forma de producción en Uruguay nos lleva a generar más empresas que empleados de fábricas porque hay muy pocos departamentos de diseño con diseño interno. Por este motivo, la idea es centrar la atención en ese proceso para lograr más acuerdos, garantizar su sostenibilidad y mejorar el impacto que el diseño tiene en todas las áreas de trabajo.

Recientemente se dio una experiencia –aunque no vinculada directamente con la Cámara– que resultó muy interesante y que permite apreciar esa otra dimensión que puede tener el diseño. Parte de la mencionada experiencia tuvo que ver con el desarrollo de las cunas de Uruguay Crece Contigo. Este programa detectó la necesidad de establecer mejores condiciones para las situaciones de emergencia. Para ello, organizó espacios donde tener a los niños, que son su objetivo de trabajo. Fue así que constataron una mortalidad superior al estándar en esa edad por colecho y la medida que tomaron fue lo que se hace generalmente en el Uruguay. Lo traigo a colación porque este caso es muy representativo del impacto que puede generar el incorporar diseño. En una primera instancia decidieron comprar cunas porque en Uruguay no se fabrican. Uno de los problemas que descubrieron con esta medida fue que las cunas eran muy grandes y no servían para ese propósito porque, en realidad, permitían que se pusieran varios niños en ellas y el problema del colecho persistía, o directamente no se utilizaban porque los niños seguían en colecho y las cunas se usaban como mueble accesorio. Al detectar esos inconvenientes, se pusieron en contacto con la Escuela Universitaria Centro de Diseño, hicieron un llamado y crearon dos equipos de trabajo: uno para situaciones de emergencia y otro para crear una cuna que permitiera atender esas condiciones a nivel doméstico. La idea era que se fabricaran en Uruguay, que se pudieran transportar fácilmente a los lugares donde se atienden a esos niños –que en general son de difícil acceso y son transportadas por una persona–, que el paquete para trasladarlas fuera chato y que fueran fácil de lavar porque no hay opciones de limpieza. Atender ese problema desde una mirada local, con una visión de nuestras capacidades productivas y de nuestras condiciones culturales son cosas que el diseño puede hacer, si lo vemos desde esa otra óptica a la que hacía referencia anteriormente, más allá de la tradicional que abre mercados o genera novedad.

Básicamente, el objetivo es instalar el interés para seguir sensibilizando actores, porque es claro que el hecho de que el diseño se incorpore o no pasa simplemente porque una persona que tuvo que tomar una decisión en un momento dado, creyó que la solución se podía resolver con recursos genuinos de nuestro país, diseñándolo y pensándolo. Ese es el espíritu de la presentación.

SEÑORA DEMARCO.- Me gustaría entregarles los catálogos que tenemos aquí porque lo más ilustrativo para los señores Senadores puede ser ver ejemplos de soluciones que hemos dado, a través del tiempo. Asimismo, queremos entregarles un desplegable que muestra el acceso al Directorio de las empresas de diseño que hay en la Cámara de Diseño.

SEÑOR HEINZEN.- En general, van a ver que encuentran una cantidad de cosas que, capaz, no sabían que se hacen, diseñan y piensan acá. Ese ha sido el gran mérito de generar este catálogo de oferta que, en un principio, tenía por objetivo promover la exportación de los servicios y productos.

SEÑOR FRAGA.- En ese catálogo van a ver la transversalidad en cuanto al diseño por las distintas áreas que involucra, desde moda, gráfico, *bagaggi*, muebles, productos electrónicos, industria automotriz y demás. En el caso del mueble, por ejemplo, se habla de maderas nacionales, de la industria forestal y de cómo, a través del diseño, se pueden comercializar, no las tablas sino los muebles terminados. Este es un ejemplo que siempre traemos a colación cuando hablamos de exportar servicios o productos. Colegas nuestros y estudios uruguayos ganan premios en concursos internacionales. La exposición que la señora Argimón mencionaba tiene que ver con eso. En el Centro Cultural de España llenamos un piso con productos que habían sido premiados en el mundo y no fabricados en el Uruguay. Estudios uruguayos venden al polo mueblero Bento Gonçalves los servicios de diseño y sus diseños son símbolos del concurso Movelsul, que es el principal concurso de muebles en Latinoamérica. Se trata de diseños uruguayos fabricados por empresas brasileras. Creemos que es hora de sacudir un poco el árbol para que la industria uruguaya también vaya tomando conciencia de eso que, como bien saben, hay que incentivar y apoyar de distintas maneras.

SEÑOR DELGADO.- Es un gusto recibirlos.

Este tema se puso a consideración de la Comisión hace dos sesiones, después de haber tenido reuniones con algunos de nuestros invitados, sabiendo el interés que había para poder difundirlo ya que, de alguna manera, es la primera etapa de este proceso.

Algunas de las cosas que ocurren o que han relatado las conocí gracias a nuestros invitados; no es que no lo sepamos, sino que ni siquiera podemos imaginar que en Uruguay ocurran determinadas cosas. Es un concepto diferente de industria; no hay máquinas ni chimeneas, pero es una industria como tal. Tiene mucho que ver con la manualidad, con la manufacturación de cosas y también con el talento.

En aquel momento ustedes se habían reunido con el Vicepresidente Sendic –con quien yo también hablé sobre el tema– para plantear que a través de esta Comisión se generara una especie de evento aunque, en primer lugar, se debe hacer una puesta a punto pública. El Parlamento, además de legislar, tiene otra función que no se ve, que es tratar de ensamblar cosas, buscar acuerdos, acercar posiciones, tratar de ser articulador o caja de resonancia. Obviamente, un evento que se haga en el Parlamento difundiendo este tipo de cosas, con la presencia del Vicepresidente de la República, de Ministros del Poder Ejecutivo y que cuente con la institucionalidad de una Comisión del Senado, va a obtener una gran difusión a nivel de la prensa y pondrá el tema en cartelera cuando hoy no tiene posibilidades de lograrlo. Si esa es la contribución primaria que como Parlamento y como Comisión podemos hacer, bienvenida sea.

En aquella oportunidad yo no tenía toda la información, pero recuerdo que hice mención a lo que era la vieja Cárcel de Miguelete y todo el proceso posterior. La señora Senadora Topolansky –si no estoy equivocado– preguntó cómo era que estaban vinculados a estos pequeños emprendimientos de diseño que hay en el interior del país. A medida que uno lo recorre se sorprende, porque el glosario es bien amplio, ya que hasta una guasquería puede ser tema de diseño. Hay cosas muy finas en este rubro más allá de lo tradicional.

La pregunta que quiero realizar tiene que ver con el objetivo inicial del planteamiento que ustedes realizaron y que trajimos a Comisión. Este fue bien visto y creo que el Secretario de esta asesora ya se vinculó con ustedes para empezar a coordinar, en primer lugar, cuál sería el contenido del seminario, sus expectativas, alcance y, además, cómo se puede hacer para darle difusión. Después veremos otro tipo de apalancamientos al proceso. Pero, reitero, lo primero es darle difusión. No se ayuda lo que no se conoce y el hecho de que el Uruguay lo conozca a través de un evento en este ámbito de buen nivel –o por lo menos de nivel político–, va a implicar que los medios de difusión y todos quienes los ven se enfoquen, aunque sea por un tiempo, en que en el Uruguay se hacen cosas que la gente desconoce.

Esa es la pregunta que quería formularles, es decir, cómo imaginan el proceso del seminario, mesa redonda o como quieran llamarle.

SEÑORA ARGIMÓN.- Quiero señalar que tuvimos el intercambio con el señor Senador Delgado y que después trasladamos el asunto al Vicepresidente. Como ustedes conocen, es muy difícil el trabajo transversal a nivel del Estado. Por eso, muchas veces la gente de la Cámara se vincula con el Ministerio de Industria, Energía y Minería, pero Cancillería no se entera de todos los episodios que mencionamos con relación a cuánta gente está trabajando desde aquí para el exterior o viaja; el Ministerio ni se entera de que alguien que nos está representando, y muy bien, está en otro territorio.

Para nosotros, el hecho de que quienes tienen que ver con este tema se reúnan en torno a mesa, de alguna manera los obligará a pensar en ese intercambio interministerial que hay cada vez que se mueve un proceso creativo de diseño.

Entonces, nos parecía que poder generar un espacio con los Ministros de todas las carteras que citábamos, más la Cámara, y poder mostrar un pequeño documental o hacer una muestra que informe de algunas experiencias exitosas y cuánta gente se mueve, sería tremendamente útil. Los señores Senadores no imaginan el nivel de convocatoria que tiene cada uno de estos eventos porque ellos involucran a gente que trabaja en el diseño gráfico, en el ambiente audiovisual, etcétera. Es increíble todo lo que se mueve detrás de esta impresionante industria.

Me hago cargo de la idea porque como operador político uno sabe lo que cuesta poder visualizar estos fenómenos desde otra dimensión. Por momentos pasa por ser muy educativo –verlo desde la óptica del Ministerio de Educación y Cultura–, pero después pasa a ser una industria acabada y luego tiene que ver con el afuera y también con el turismo.

Voy a hacer dos comentarios que parecen ser ejemplo de lo que les decían los representantes de la Cámara. Días atrás, en un programa de televisión, mostramos unos termos que hace una maestra. Ella es madre de un niño discapacitado –hablo de este tema porque tiene que ver con el trabajo– y junto con su esposo –debido a los gastos que esa problemática familiar insume–, hace diseños de termos. Algunos de ellos tienen que ver con el candombe, otros con el tango y otros con los dedos de Punta del Este. Al rato de haberse emitido el programa de televisión nos llama por teléfono para decirnos que la habían llamado de Estados Unidos y de muchos otros lugares porque les habían interesado sus termos debido a ese diseño especial que tenía que ver con distintos elementos que nos identifican con nuestro ser nacional.

El otro caso involucra a dos diseñadores de muebles, Menini y Nicola, dos creativos del interior de nuestro país –de los que soy fanática–que apostaron al Conglomerado, a la Cámara y a pensar en un estilo de muebles con madera nacional, sustentables. Eso, que tiene que ver con el ambiente, con el cuidado, con el diseño y con una industria en paralelo, tiene un éxito impresionante en Brasil. En un encuentro internacional que acontece en ese país, tímidamente nuestros creativos mostraron sus proyectos y su diseño acabado –porque habían manufacturado distintos muebles– que, finalmente, resultaron los más exitosos. Hoy por hoy, estos creativos son referencia.

Visualizar todo esto a nivel de Estado y no a nivel de carteras por separado, sería una gran ayuda para que la Cámara pudiera tener la consideración que este fenómeno de industria debe tener, porque es una industria muy especial.

SEÑOR HEINZEN.- Hay un punto que, aunque pueda parecer menor, no lo es. El diseño es una disciplina muy sutil y, en cierta medida, frágil; entonces, la construcción de discursos comunes es fundamental. El hecho de que todos podamos hablar de diseño desde un determinado nivel de evolución, hace que podamos realizar cosas mejores con él. Si nos quedamos con el diseño visto desde una superficialidad tradicional o con un enfoque por el estilo, resultará difícil pensar en que nos será útil para solucionar cosas como las que planteamos recién, vinculadas a las cunas, o que un empresario pueda verlo como una oportunidad para generar un nuevo negocio, puesto que lo ve lejano a su realidad.

Quizá uno de los objetivos más ambiciosos de un encuentro de esta naturaleza pase por imprimir en todos quienes tienen capacidad de incidir, de decidir, de sugerir o de influir opiniones, ese lenguaje y esa comprensión de la profundidad que realmente tiene el aplicar un diseño a las cosas.

Esto ha sido planteado como un megaobjetivo que, aun cuando pueda sonar muy blando, lo consideramos muy importante porque hace también a la evolución.

Hemos transitado un proceso en el que el Estado, en un momento, vio el interés en la educación, luego se olvidó un poco del tema, después lo retomó, en fin, hoy en día hay como un apoyo sostenido del cual vemos los frutos porque, obviamente, esto no es solo resorte nuestro; de no haber existido ese soporte detrás, no estaríamos donde estamos, pero necesitamos elevar un poco el nivel de discurso y empezar a hablar de otras cosas. De lo contrario, no podremos dar ese salto que pensamos para que esto realmente se consolide como una industria y como un espacio.

En el diseño ocurre lo mismo que con la innovación: los países empiezan a utilizarlo en la medida en que lo adoptan como una práctica social, permeada en todas sus dimensiones. Cuando se trata solo de la labor de profesionales, que intentan hacerlo entrar en un lugar determinado, el impacto es más limitado.

Hemos advertido que hay una masa crítica importante de profesionales de calidad y muchísimas oportunidades. Si pudiéramos poner en común cosas que al sector le vendrían bien, ello no pasaría solamente por reclamar condiciones, sino por hacer comunes una cantidad de condiciones para aprovechar infinidad de posibilidades de aplicación.

Cuando hablamos de marca país, es probable que estemos enfocados en quién va a venir a diseñarla; sin embargo, aquí tenemos gente supercalificada para hacerlo, para liderar todo el proceso. No digo que esto esté sucediendo; simplemente, estoy imaginando cosas que suelen ocurrir. En general decimos: «hay que hacer tal cosa» y salimos a buscar quién lo haga.

Entendemos que hay un fenómeno de hacer conocer todas las dimensiones que puede tener el trabajo de diseño que, como dije, impacta en lo cultural y en lo productivo. Hay pequeñas cosas que pueden tener un impacto muy grande. Cuando desde el Estado decidimos que vamos a apoyar la innovación y definimos qué es, estamos determinando si el diseño entra o no. Hay una gran cantidad de aspectos que se podrían favorecer, pero si la concepción los dejó afuera, no los incluimos. Es decir que hay muchas cosas para hacer, que son resortes de esta sutileza que tiene una disciplina tan blanda y tan transversal.

SEÑORA TOPOLANSKY.- Tratando de entender el hilo del pensamiento, si llegamos a visualizar algunas de estas cosas en un seminario, me estaba haciendo algunas preguntas.

Muchas veces el industrial, antes de incorporar la innovación y también el diseño, saca cuarenta cuentas –y el contador le dice que no se complique–, pero no toma en consideración la diferencia que puede haber en un producto con un buen diseño funcional. Por ejemplo, la primera vez que fui al café del Solís me llamaron la atención, justamente, los muebles. Entonces, para que se entienda la ganancia –digamos así– que puede tener el incorporar diseño e innovación –que creo que sí tienen muchos puntos en común–, quizás en este seminario podríamos invitar a alguien de la Cámara de Industrias, porque tenemos que enlazar con esto no solo la parte institucional, sino también la realidad.

Es verdad que hoy el desarrollo de la educación a nivel de diseño ha planteado algunas cosas nuevas. Por ejemplo, a la gente no le parece estrafalario que se diseñe un espacio verde, un jardín, el entorno de un restorán, en fin, todo eso le parece hasta lógico, cuando hace unos años era impensable. Inclusive hay cosas nuevas, como la escuela de UTU en Artigas que enseña el diseño en torno a las piedras semipreciosas. Creo que si el industrial –el que produce un zapato, un mueble o lo que fuere– empieza a incorporar la ventaja que ofrece el diseño a la hora de colocar el producto, ahí es donde nosotros podremos incorporarlo más firmemente a lo que es la industria nacional. Por eso sugería que, de organizarse un seminario, invitemos a la gente de la Cámara de Industrias.

Es verdad lo que se ha dicho respecto a la presencia en nuestro país en las ferias. En nuestros *stands* solemos poner la carne –no sé qué imagen les daremos a los otros con esto– porque somos carnívoros y tenemos ese producto estrella, tenemos la trazabilidad y todo lo demás, pero

también es cierto que se han incorporado los vinos, los quesos y algunas otras cosas. Entonces tendríamos que ver con el Ministerio de Relaciones Exteriores y tal vez con Uruguay XXI, cómo podríamos ampliar la presencia en ferias con otros productos de diseño que, ojo, no deben confundirse con artesanía, que es algo distinto. Lo digo porque puede tender a haber confusión a ese respecto, cuando son rubros diferentes. Ojo, no tengo nada contra los artesanos; es más, he estado trabajando con ellos por otros temas, porque prefiero que la gente se lleve algo uruguayo y no chino.

Por otro lado, hay un aspecto cultural profundamente importante que refiere a lo siguiente. Cuando una persona nace, crece y se desarrolla en un ambiente que tiene determinadas pautas culturales, las incorpora naturalmente. Hay historiadores que estudian esto y recuerdo que decían que un campesino primitivo, bastante ignorante, pero que crece en un pueblo en donde hay una catedral gótica, incorpora esa imagen en su cultura diaria. Entonces, no todo debe tener simplemente una función; si viene además con un diseño, se produce una trasmisión cultural. Los pueblos antiguos tienen esto más incorporado que nosotros que somos una nación más nueva.

No es lo mismo hacer una escuela, un hospital u otro lugar donde concurra mucha gente, en un contexto de equipamiento urbano que sin él. Como me candidateé a intendenta me preocupé mucho de estudiar el equipamiento urbano porque esto también hace a determinados temas.

Quiere decir que hay muchos ámbitos del hacer colectivo en los que se puede incorporar el diseño. Hay que pensar para ver cómo podemos introducir esa parte cultural. De lo contrario, se cae en una rutina. Hay una transformación viva que me parece importante rescatar. No sabía lo de las cunas, pero eso puede ser la punta de la madeja.

R HEINZEN.- Sobre todo por eso trajimos el caso de las cunas.

Otro aspecto que hemos detectado en este proceso y que no escapa a nadie, es que el Estado, al ser un gran comprador en el Uruguay, tiene una importante capacidad para modificar conductas y actitudes culturales.

Venimos trabajando desde el Consejo, pero estaría bueno que también en otros ámbitos se analice el hecho de priorizar la incorporación de diseño. Un factor que podría influir en eso sería que cuando se tratara de comprar algún tipo de solución, se incorporara algún diseño que tuviera un diferencial a la hora de ser considerado en una licitación. Podría haber distintos mecanismos; hay muchas experiencias a nivel internacional.

Como decía la señora Senadora, en este tema hay mucho que tiene que ver con sensibilizar. Capaz que alcanza con hacer algunas mesas para debatir sobre el entorno urbano o sobre la cultura material. A veces se dice que con determinadas acciones se va creando una cultura material, pero con la cuestión de la globalización esa cultura para a ser ninguna o se vuelve muy genérica; entonces, es bueno traerla de nuevo a lo que podemos ser como colectivo, como comunidad.

En lo que refiere al equipamiento urbano que mencionaba la señora Senadora Topolansky, hay un gran potencial de trabajo porque tiene un componente que se relaciona con dar identidad a la ciudad y servicios a los usuarios. Es un tipo de industria que si la desarrolláramos, quedaría muy a la mano de lo que son nuestras capacidades actuales porque las escalas son interesantes y tenemos un mercado en la región que podría absorber la demanda. De hecho, hay una cantidad de ciudades de mayor porte que Montevideo a poca distancia y a las que Uruguay le podría estar vendiendo bancos de plaza, tachos, luminarias, etcétera. Además, con el tema del cambio tecnológico hay una gran disposición, por ejemplo, a cambiar las luminarias. Podemos decir que hay ventanas de oportunidades y muchas cosas que podemos hacer.

A veces, cuando se habla de diseño se piensa en incorporar tecnología muy sofisticada porque se asocia a otros procesos de diseño, pero puede pasar por revitalizar industrias a las que no se les encuentra la vuelta, buscando una nueva forma de generar su producción. De pronto, el tema pasa por generar ámbitos en los que se discutan algunos puntos y se convoque a diversos actores.

En general creemos que, aparte de lo que pueden aportar las cámaras colegas u otros sectores, tiene mucho peso sensibilizar a quien en su momento va a tomar la decisión. Lo digo porque incluso, en ocasiones, la forma de elaborar un proceso de compra en el Estado mata la posibilidad de comprar diseño porque no hay plazos y estos se deben dar. Muchas veces un tema como diseño es la primera vez que se va a tratar en Uruguay, pero en otro país ya se trató; entonces, si no doy los plazos, no se va a poder generar algo nuevo por más que ya lo tenga la industria y, por tanto, se va a comprar algo afuera. Recuerdo que hace unos años se dio una situación de ese tipo con las paradas de ómnibus en Montevideo.

SEÑOR PASTORINO.- Quisiera hacer una aclaración con respecto a lo que se dijo de unir a otras instituciones públicas y privadas como la Cámara de Industrias o Uruguay XXI. Desde la Cámara de Diseño venimos trabajando en ese sentido y el Conglomerado lo está haciendo desde su creación. Puedo decir que con estas instituciones tenemos un vínculo muy fuerte. Por lo tanto, nuestra idea es poder integrarlos. Una de nuestras características es triangular con diferentes acciones y actividades que ya existen para potenciar los recursos.

También quería aclarar que en el marco del Consejo Sectorial de Diseño, creado a fines de 2012 y que se encuentra dentro de la Dirección Nacional de Industria, estamos trabajando en diferentes aspectos que tienen que ver con la incorporación de políticas públicas y de diseño. Se realizó una consultoría con una experta brasileña, que arrojó ciertos resultados y que ahora se están tratando de implementar. Para nosotros es fundamental tener este tipo de actividades y eventos donde se pueda sensibilizar, también para luego lograr resultados y que ese trabajo tenga sus frutos y cuente con apoyo para poder realizarse.

SEÑORA TOPOLANSKY.- Creo que no es lo mismo ir a una feria internacional con productos que Uruguay quiera exponer y que el *stand* esté diseñado también como un producto más –en las ferias se premian–; además, creo que sería sencillo de incorporar. Cuando van a una feria los distintos expositores, como ser INAC, sería bueno que el diseño del *stand* fuera nacional porque también es una forma de vender diseño.

SEÑOR PRESIDENTE.- Creo que puedo hablar por todos los miembros de la Comisión al decir que nos resultó bien interesante la presentación que realizaron. Ahora tenemos que ver si de alguna manera podemos colaborar en algo concreto.

SEÑORA ARGIMÓN.- Nosotros les estaríamos acercando un material que fue trabajado en conjunto con un asesor del Vicepresidente.

Para nosotros es muy importante que los señores Senadores tomen conocimiento de este tema y que podamos contar con el auspicio de esta Comisión en un futuro evento, también. Además, estamos en un año de Presupuesto y puede ser el momento de visualizar realmente este tema como una industria. Incluso, como todos sabemos, los políticos también tenemos nuestra cuota de creativos. Creo que es preciso hacer notar que cuando sugerimos algo hay una industria que debe ser tenida en cuenta desde lo macro del Estado, desde el pienso y en el imaginario de la construcción de las políticas públicas.

Por lo tanto, llevar adelante un evento con esa lógica ya es un paso muy importante, como también lo es contar con el auspicio de la Comisión de Industria, Energía, Comercio, Turismo y Servicios del Senado. En ese sentido, adelantamos al señor Presidente que vamos a acercarle un material con el diseño que tendría una mesa redonda.

SEÑOR PRESIDENTE.- La Comisión de Industria, Energía, Comercio, Turismo y Servicios del Senado agradece la visita de los representantes del Conglomerado de Diseño y la información que nos han brindado.

(Se retira de sala la delegación del Conglomerado de Diseño).

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica).

–Se levanta la sesión.

(Son las 17:08).